



estudos semióticos

www.revistas.usp.br/esse

issn 1980-4016
semestral

julho de 2018

vol. 14, nº 2
p. 61–73

Construção, estratégias e práticas: análise de dois cartazes de “Meia-noite em Paris”

Mariana de Souza Coutinho*

Resumo: Este trabalho analisa dois cartazes de cinema do filme *Meia-Noite em Paris* (2011), de Woody Allen. Levamos em conta o conteúdo do filme e a prática que envolve os cartazes de cinema para entender quais são as diferentes estratégias empregadas nos textos analisados, que produzem enunciações bem diferentes tanto no plano do conteúdo quanto no plano da expressão. Tomamos por base o conceito de prática semiótica de Fontanille (2005), descrevendo aquela que envolve os cartazes de cinema. Se, nessa prática, o cartaz objetiva atingir o mesmo perfil de enunciatário do filme que ele apresenta, que estratégias plásticas serão postas em questão para construir esse texto em relação ao filme? Como essas estratégias se relacionam com os gêneros cinematográficos e quais são as reiterações em cartazes que passam a remeter a certo gênero? Os cartazes de *Meia-Noite em Paris* utilizam essas estratégias ligadas ao gênero em que ele se enquadra? Nossa análise se baseia nas ferramentas da semiótica francesa, especialmente da semiótica plástica, como as categorias cromática, eidética e topológica (Floch, 1985), e o estabelecimento de relações semissimbólicas para responder a essas perguntas e verificar se há identidade entre cartaz e filme e se os perfis de enunciatário de ambos batem.

Palavras-chave: Cartazes de cinema; Semiótica plástica; Meia-Noite em Paris

1 Introdução

O éthos de Woody Allen apresenta-se mais uma vez na abertura de “Meia-noite em Paris” (2011), com a reiteração da tela preta e a fonte Windsor com suas serifas arredondadas em um contrastante branco anunciando o estúdio que produziu o filme. Em seguida, imagens de uma Paris ensolarada ao som de tranquilas notas do jazz de Sidney Bechet cobrem a tela. A cidade é a protagonista da história de passantes descontraídos, turistas dispersos e parisienses relaxados nas cadeiras de madeira à frente de charmosos bistrôs. Os tons quentes se dispersam quando passamos a imagens do céu mais carregado e, enfim, de uma Paris chuvosa. *Place*

DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1980-4016.esse.2018.136921>

* Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagem da Universidade Federal Fluminense (Niterói-RJ). Endereço para correspondência: (marianacoutinho16@gmail.com).

de la Concorde, o Arco do Triunfo, Notre Dame, a fachada de uma loja da *Dior*. Guarda-chuvas e capas, o chão brilhante e os faróis e luzes que vão abrindo passagem a uma Paris noturna.

Em três minutos, a sequência se fecha com a Torre Eiffel iluminada e volta à tela escura com os créditos característicos dos filmes de Allen. Já podemos ouvir um *off* de Gil (Owen Wilson), um roteirista hollywoodiano que sonha em se dedicar à literatura, e sua noiva Inez (Rachel McAdams), que, já então, apresentam um comportamento que se repete ao longo do filme: ele sempre muito impressionado com a cidade, nostálgico e dado a epifanias e ela a dissuadir seus devaneios de forma ríspida e impaciente. Quando os créditos terminam, podemos ver as duas personagens nos jardins de Monet, em Giverny. O beijo dos dois em uma ponte é a imagem retratada em um dos cartazes do filme, que analisaremos neste artigo.

A proposta deste trabalho é analisar dois cartazes do filme “Meia-Noite em Paris” veiculados nos cinemas do Brasil e do exterior – e também como capas de DVD e Blu-Ray do filme – por meio das ferramentas da Semiótica de linha francesa, especialmente da Semiótica Plástica. Em um dos cartazes, vemos o citado beijo entre as personagens de Gil e Inez em primeiro plano; no outro cartaz, temos a figura de Gil caminhando sozinho pelas ruas de Paris, sendo o cenário uma mescla entre uma fotografia da cidade e a pintura “A noite estrelada”, de Van Gogh. Nesta análise, levaremos em conta não apenas as diferenças nos estilos expressos pela dimensão plástica, mas também os efeitos de sentido produzidos pelas diferentes estratégias enunciativas, pensando, portanto, na relação persuasiva entre enunciador e enunciatário e nos níveis de pertinência semiótica (texto-enunciado, objeto, prática) (Fontanille, 2005, p. 15).

Observamos, à primeira vista, que os cartazes têm estratégias plásticas muito distintas para, em tese, cumprir um mesmo objetivo: o de instaurar no enunciatário um *querer* assistir àquele filme e ser capaz de preencher as lacunas que os cartazes deixam. São construções diferentes no plano da expressão que remetem a diferentes temas no plano do conteúdo. Nossa ideia, com este artigo, é estabelecer uma comparação entre os dois cartazes pensando em sua relação com o conteúdo do filme. Há identidade entre os cartazes? E entre os cartazes e o filme?

No longa metragem de 2011, Woody Allen apresenta a história de Gil, um escritor americano nostálgico que visita Paris com sua noiva Inez e os pais dela. A personagem interpretada por Owen Wilson apresenta uma sensibilidade aguçada para as belezas da cidade e sonha com a Paris dos anos 20, sua idealização de época perfeita. Sua noiva, por outro lado, é mais racional, preferindo os dados e referências arrogantemente proferidos por seu amigo Paul durante os passeios por museus e pontos turísticos aos devaneios do noivo. Durante o filme, vemos um crescente afastamento entre Gil e Inez, ao passo que ela se aproxima cada vez mais de Paul.

Em certa noite da viagem, Gil resolve fugir do roteiro de Inez e um outro casal de amigos e volta a pé sozinho para o hotel em que estão hospedados, perdendo-se no caminho. Ao bater meia-noite, ele é surpreendido por um carro antigo que para à sua frente e de onde saem homens muito bem vestidos, que, em francês, oferecem-lhe carona. Ele acaba entrando no carro e logo se vê no meio de uma festa onde conhece ninguém menos que o casal Zelda e F. Scott Fitzgerald e o

escritor Ernest Hemingway. Não é um devaneio: Gil realmente voltou no tempo e está dentro da Paris dos anos 20 com a qual sempre sonhou.

Em suas incursões noturnas, que acontecem sempre a partir da meia-noite, o roteirista com pretensões literárias conhece muitas outras referências da época, entre pintores, escritores e músicos, e acaba se apaixonando por Adriana (Marion Cotillard), uma francesa que estuda moda com Coco Chanel e tem romances tempestuosos com diversos artistas.

Gil tenta contar à noiva sobre suas aventuras, mas ela se recusa a acreditar e diz que ele está louco. Em certa noite, Gil e Adriana voltam ao século XIX, à época favorita da francesa, a *Belle Époque*. É lá que Gil se dá conta do círculo vicioso da nostalgia: ele idealizava os anos 1920 como a época perfeita, assim como Adriana idealizava a *Belle Époque* e os pensadores do século XIX idealizavam o período do Renascimento. Ao se dar conta disso, Gil volta ao presente e resolve terminar o noivado com Inez e viver na Paris contemporânea da maneira que sempre quis.

2 Examinando os cartazes

Vemos, assim, que o filme tem como tema central a nostalgia e sua tradução como a incessante busca por uma época perfeita perdida no passado. Os relacionamentos amorosos de Gil são apenas um pano de fundo para o tema da nostalgia e a compreensão do tempo (passado x presente) e do espaço (França x Estados Unidos) pela personagem principal. Trata-se muito mais de uma busca identitária (a que lugar e tempo ele pertence) do que de uma busca amorosa. Tendo isso em mente, e assumindo um certo protagonismo da Cidade Luz no filme, podemos começar nossa análise pelo cartaz #1 (ver Figura 1) abaixo:

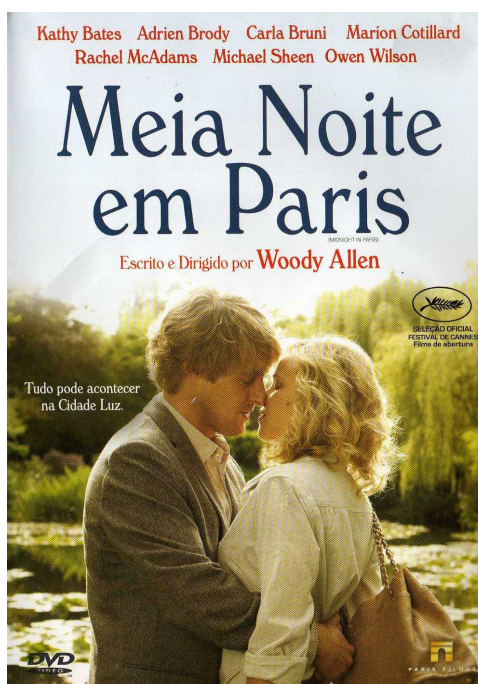


Figura 1: Cartaz #1 de “Meia Noite em Paris”, um dos divulgados no Brasil pela Paris Filmes e que figura na capa do DVD vendido posteriormente no país.

No cartaz, temos em destaque as figuras do casal, o homem com roupas em tons escuros e a mulher com roupas em tons claros, na iminência de um beijo, e em uma organização plástica que remete ao tema da conjunção amorosa: o casal voltado para uma interioridade e convergindo para um mesmo ponto, com o cenário quase desfocado atrás. Curiosamente, nenhum dos elementos do título “Meia-Noite em Paris” se encontra representado. O cenário pouco identificado é o de Giverny, não o de Paris, e a cena se passa em um passeio diurno.

Há predominância das formas curvilíneas, tanto nos corpos dos atores como nas árvores ao fundo e nas vitórias-régias do lago. As cores são harmonizadas em tons mais pastéis, da cor dos cabelos e das roupas aos tons claros do verde da vegetação e do azul do céu que abriga o título do filme. A frase “Tudo pode acontecer na Cidade Luz” reforça a figura da cidade de Paris, que aparece, como vimos, apenas no plano verbal, e abre o leque de possibilidades interpretativas, as lacunas que o espectador deve querer preencher assistindo ao filme. Que “tudo” é esse que pode acontecer em Paris? O que pode acontecer com esses dois personagens? Temos, ainda, no plano verbal, a referência ao projeto enunciativo dos filmes do realizador: “Escrito e dirigido por Woody Allen”.

Ampliando o nível de análise, podemos pensar no nível do objeto e nas práticas semióticas que envolvem os cartazes de cinema. Fontanille (2005, p. 18) trata do estudo de cartazes e explica que o texto enunciado se dá a entender como um “dispositivo de inscrição”, que seria conveniente ao cartaz, mas não daria conta de sua afixagem. Já os objetos seriam estruturas materiais imbuídas de uma funcionalidade, destinadas a certo uso ou prática mais ou menos definidos.

Em síntese, mesmo se objetos se dão a ver em sua autonomia material e sensível, seu funcionamento semiótico é inseparável tanto do nível de pertinência inferior (os textos-enunciado), como do nível de pertinência superior, esse das práticas (Fontanille, 2005, p. 22).

Sendo assim, vemos que o cartaz impresso de cinema pode ser analisado tanto no nível do texto-enunciado quanto no do objeto. Ao mesmo tempo, em outro nível, ele é um dos atores da situação semiótica, funcionando como um participante de uma prática social. O nível da situação semiótica “comporta todos os elementos necessários à produção e à interpretação da significação de uma interação comunicativa” (Fontanille, 2005, p. 24). A situação semiótica tem relação direta com as práticas:

A prática é então convertida em um ou muitos processos (um ou muitos predcados), os atos de enunciação que implicam papéis actanciais representados, entre outros, pelo texto ou pela própria imagem, pelo seu suporte, por elementos do entorno, pelo passante, o usuário ou o observador, por tudo aquilo que constitui a cena típica de uma prática. Ela consiste igualmente em relações entre esses diferentes papéis de caráter essencialmente modal (Fontanille, 2005, p. 26).

Pensamos aqui na prática dos pôsteres exibidos em cinemas que procuram manipular os espectadores ali presentes, em sua maioria, pessoas que já se dirigiram à sala para ver outro filme, a quererem assistir ao próximo filme que estreará ou que já está em exibição. O cartaz, portanto, busca manipular seu enunciatário com uma prévia do filme, apresentando figuras que remetam aos temas tratados por ele, mas deixando lacunas que o enunciatário deve querer

preencher. Nesse nível de análise, podemos pensar que o sentido do cartaz não se fecha em si mesmo, mas depende desse outro texto, o filme.

Em termos gerais, poderíamos descrever essa prática da seguinte maneira:

1. o cartaz, de uma forma mais canônica, é produzido com elementos que remetem a figuras do filme, tentando sintetizar as principais temáticas e a premissa da história. Ele provavelmente vai trazer elementos de identificação para o enunciatário: remeter a certo gênero cinematográfico, destacar a presença de um ator ou diretor conhecido, destacar uma figura que acredita interessar ao enunciatário do filme. Dentro da estratégia de construção desse tipo de texto, para que ele alcance seu objetivo, seria preciso que o enunciatário do cartaz fosse o mesmo enunciatário do filme.
2. o cartaz abre um sistema de possibilidades ligadas ao filme, mas deixa lacunas que só podem ser completamente preenchidas com a fruição do filme.
3. o cartaz é afixado nas salas de cinema antes da estreia do filme, de forma que será lido por pessoas que já estavam indo ao cinema para ver outro filme e podem ser manipuladas pelo cartaz a querer ver esse filme. Abre-se uma narrativa em que o sujeito é manipulado por um *querer fazer* (contrato que pode se dar, por exemplo, pela *tentação*, a promessa de uma recompensa ao assistir ao filme; recompensa essa que seria a de ser capaz de preencher as lacunas abertas pelo cartaz e por outras formas de divulgação do filme). O objeto-valor é assistir ao filme.
4. A prática se completa quando o enunciatário, manipulado pelo cartaz, finalmente assiste ao filme e completa as lacunas.

Dentro dessa prática, observamos que se constroem certas maneiras de enunciar esses cartazes que são reiteradas dentro dos diferentes gêneros cinematográficos: certas figuras no plano do conteúdo e construções plásticas com recursos semelhantes no plano da expressão. Essa reiteração vai criando um estilo enunciativo que vai se sedimentando ao longo do tempo e passa a ser facilmente identificado dentro de uma práxis enunciativa.

[...] uma preocupação recorrente de Greimas: a de que o caráter idioletal dos textos individuais não pode fazer esquecer o caráter eminentemente social da comunicação humana. Há duas ordens de restrições que determinam a enunciação: de um lado, o sistema da língua; de outro, os limites, de caráter sociocultural, impostos pelos hábitos, pelas ritualizações, pelos esquemas, pelos gêneros, pela fraseologia etc. A enunciação individual não se realiza independentemente das enunciações coletivas que a precederam e que a tornam possível. Os usos sedimentados, resultantes da história, determinam todo ato de linguagem. O enunciador, no momento da enunciação, convoca, atualiza, repete, reitera um “já dado” (gêneros, modos de dizer etc.), mas também o revoga, recusa-o, renova-o e transforma-o. Há um domínio do impessoal que rege a enunciação individual (Fiorin, 2010, p. 10).

Assim, a práxis enunciativa se constitui como um modo de enunciar calcado em certos elementos que vão se repetir em diferentes enunciações individuais,

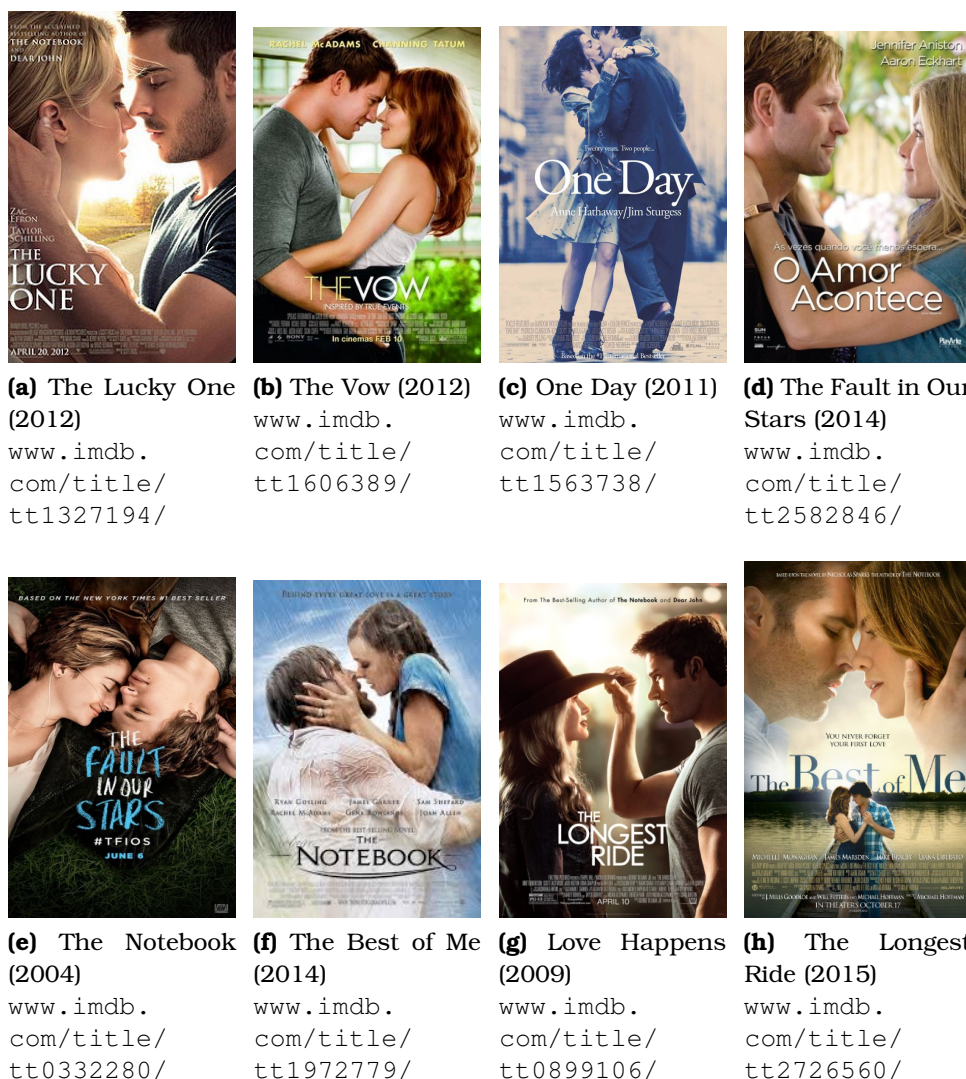


Figura 2: Cartazes de filmes classificados nas categorias “drama” e “romance” no IMDB entre 2004 e 2015

criando um conjunto identificável que se torna social e que pode se relacionar mesmo a algumas práticas descritas. No entanto, como destacou acima Fiorin, esses padrões relacionados a certa práxis enunciativa podem ser, sim, quebrados em diversos textos, anunciando, assim, novas possibilidades ao sistema e trazendo acentos de sentido pela quebra das expectativas de reiteração.

No caso dos cartazes de cinema, podemos identificar uma práxis enunciativa do gênero drama romântico contemporâneo, por exemplo. A práxis se enquadraria dentro de uma lógica implicativa (Zilberberg, 2011, p. 263), já que concretiza uma expectativa preconizada pelas reiterações passadas. Para falar dessa práxis do drama romântico, observemos a seguir, na Figura 2, oito cartazes de filmes divulgados no Brasil e no exterior que foram classificados ao mesmo tempo nos gêneros “drama” e “romance” no Internet Movie Database (IMDB), base de dados online da Amazon sobre cinema, entre os anos de 2004 e 2015 (ver Figura 2).

Vejamus que há uma reiteração nas imagens tanto no plano de conteúdo

quanto no plano de expressão que nos permite determinar e descrever essa práxis enunciativa do drama romântico contemporâneo. Primeiro, destacamos que há sempre a figura do casal heterossexual em estado de conjunção amorosa¹. Esse efeito de sentido é construído plasticamente pelo posicionamento do casal no cartaz: um voltado para o outro em um beijo, toque ou olhar. Ambos convergindo para um ponto no centro da imagem. Há mesmo uma construção englobante que representa esse estado inicial da narrativa principal esperada no filme: a conjunção amorosa, que pode passar a um segundo estado de disjunção e voltar ou não à conjunção ao final, mas que necessariamente vai passar pela disjunção, pelo resultado da ação de um antissujeito.

O casal é o foco e ocupa quase toda a extensão do pôster, o fundo é pouco identificável e nenhuma outra figura tem destaque além do casal. As expressões dos atores indicam o foco no outro, ou a paixão em si. Olhos fechados e meios sorrisos vão construindo os efeitos de dramaticidade. As cores são harmonizadas, especialmente em tons claros, e há sempre muita luz, vindo principalmente de trás da figura do casal e destacando as expressões de seus rostos.

A partir desses elementos descritos por nós que constroem a práxis dos cartazes de drama romântico contemporâneo, poderíamos fazer o caminho inverso. Não partiríamos da práxis para o texto, mas do texto para a práxis. Dessa maneira, é possível identificar se um cartaz reproduz efeitos de sentido que se relacionam com os gêneros de comédia romântica, terror, suspense ou drama. É por isso que, sem conhecer nada previamente sobre um filme, podemos ter um bom palpite sobre a que gênero ele pertence apenas pelo cartaz, caso esse cartaz preserve uma esperada identidade com o conteúdo do filme.

Curiosamente, o primeiro cartaz apresentado de “Meia-Noite em Paris” expõe grande parte dos elementos por nós descritos como construtores da práxis do drama romântico. No entanto, o longa de Woody Allen dificilmente seria enquadrado nessa categoria.

No IMDB, o filme está marcado dentro dos gêneros “comédia”, “fantasia” e “romance”². Além disso, a sinopse que descrevemos, embora tenha narrativas amorosas, se desenvolve muito mais em uma narrativa principal identitária, em que Gil tenta se descobrir naquela nova cidade e outra época.

Em uma rápida pesquisa pelas sinopses dos filmes descritos como drama romântico contemporâneo, vemos que a narrativa amorosa é sempre a central e que grande parte das histórias tem como antissujeito alguma temática ligada à morte ou doença, algum impedimento de tempo ou espaço ou diferenças sociais. Vejamos algumas breves sinopses dos filmes apresentados nos cartazes acima, providas mais uma vez pelo IMDB:

- *Um homem de sorte (The Lucky One, 2012)*: Um fuzileiro naval viaja para a Carolina do Norte depois de servir no Iraque e procura pela mulher desconhecida

¹Curiosamente, a maioria dos cartazes de filmes classificados como comédias românticas mostram, ao contrário, o casal em disjunção amorosa, seu estado inicial na narrativa principal do filme. Cada personagem virado para um lado com expressão facial de repulsa ou tédio. Os olhares nunca estão voltados para o parceiro, mas sim para o espectador ou para algum ponto fora da imagem. Alguns cartazes de comédia romântica podem ser acessados no seguinte link também do IMDB: <http://www.imdb.com/list/ls058479560/>

²<http://www.imdb.com/title/tt1605783/>

que ele acredita ter sido seu amuleto da sorte durante a guerra.

- *Para Sempre (The Vow, 2012)*: Um acidente de carro deixa Paige em coma, e quando ela acorda com uma grave perda de memória, seu marido Leo tenta reconquistar seu coração.
- *Um Dia (One Day, 2011)*: Após passarem a noite juntos depois de sua formatura na faculdade, Dexter e Em são apresentados a cada ano na mesma data para mostrar como estão vivendo suas vidas. Naquele dia, às vezes eles estão juntos e às vezes não.
- *A Culpa é das Estrelas (The Fault in Our Stars, 2014)*: Um casal de adolescentes pacientes de câncer vivem uma jornada de amor e de afirmação da vida e visitam um autor recluso em Amsterdam.
- *Diário de uma Paixão (The Notebook, 2004)*: Um homem pobre se apaixona por uma jovem rica e lhe apresenta um sentido de liberdade. Eles logo são separados por suas diferenças sociais.
- *O Melhor de Mim (The Best of Me, 2014)*: Um casal de ex-namorados se reencontra depois de muitos anos quando eles voltam para visitar sua pequena cidade natal.
- *O Amor Acontece (Love Happens, 2009)*: Um viúvo autor de livro sobre como lidar com o luto se apaixona pela florista de um hotel onde ele profere palestra, apenas para descobrir que ele ainda não tinha confrontado verdadeiramente a morte da mulher.
- *Uma Longa Jornada (The Longest Ride, 2015)*: As vidas de um jovem casal se entrelaçam a de um homem mais velho, enquanto ele reflete sobre um amor do passado.

Passemos à análise do segundo cartaz observando a Figura 3:

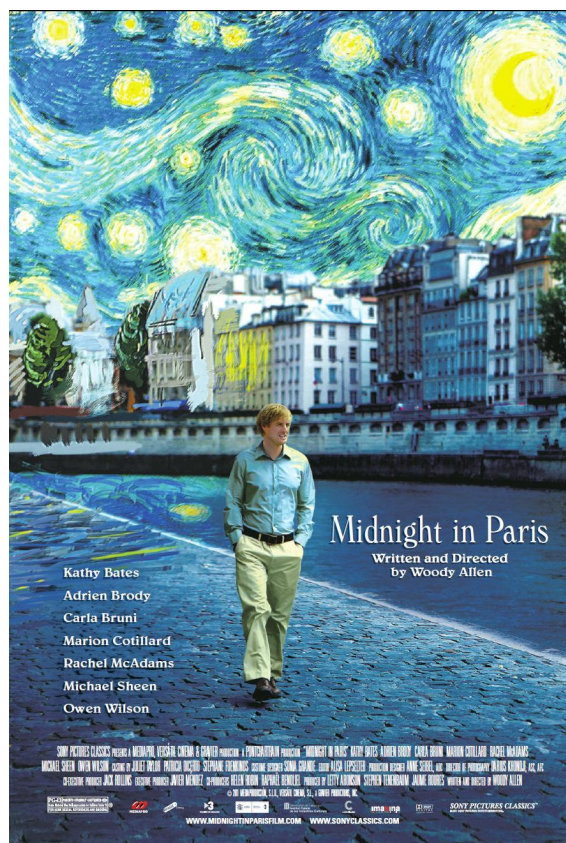


Figura 3: Cartaz #2 de “Meia-Noite em Paris” divulgado mundialmente e também no Brasil

O segundo cartaz, divulgado mundialmente, inclusive no Brasil, apresenta a figura de Gil ao centro. Embora seja uma imagem de corpo inteiro da personagem, ele aparece bem menor do que no primeiro cartaz e mais distante. Enquanto no cartaz #1, Gil dividia o protagonismo com Inez, aqui ele o divide com Paris. Gil passeia pelas ruas, explorando a cidade, mas também fazendo parte dela. Observemos que as cores de suas vestes, a camisa azul, a calça bege e o cabelo claro o colocam em harmonia com o cenário em tons fechados de azul, amarelo e um pouco de verde e branco. A verticalidade da figura de Gil e dos edifícios ao fundo contrasta com a horizontalidade da rua atrás e a diagonal do rio. Ao mesmo tempo em que ele pertence à cidade, ele também se diferencia dela.

Destaquemos ainda que, diferente do outro cartaz, neste texto há compatibilidades reiterativas entre o plano verbal e o plano visual: o título “Midnight in Paris” (Meia-Noite em Paris) é representado no visual pela figura da cidade de Paris, pelos tons de azul escuro e pela mescla com a pintura de Van Gogh (ver Figura 4), que concretizam justamente o tema da noite e o contraste entre claro/escuro.



Figura 4: Reprodução da pintura *Noite Estrelada*, de Vincent Van Gogh (1889)

No cartaz #2, a mescla da pintura tem ainda outras funções além de concretizar a temática da noite. A inserção da reprodução de uma pintura mesclada a uma fotografia, de forma que a cidade passa da pintura à fotografia, concretiza também uma oposição entre “fantasia x realidade”.

Van Gogh é um pintor pós-impressionista que destaca contrastes cromáticos e a bidimensionalidade em suas obras, além das pinceladas características. Seus quadros, portanto, não têm o objetivo de se aproximar realisticamente dos fatos empíricos e, assim, criar certos efeitos de real”. Por isso, podemos dizer que sua pintura promove também um efeito de sentido de fantasia, daquilo que não reflete a realidade, quando comparada à fotografia, a qual, de uma forma geral, traz um efeito de sentido muito maior de realidade ou referencialidade pela sua *iconicidade*. Sobre esse conceito, explica Barros (2010):

Há etapas diferentes na figurativização: a figuração é a instância das figuras, ou seja, o primeiro nível de especificação figurativa do tema, quando se passa do tema à figura; a iconização é o investimento figurativo exaustivo final, isto é, a última etapa da figurativização, com o objetivo de produzir ilusão referencial (...). Na iconização, mas também nas demais etapas da figurativização, o enunciador utiliza as figuras do discurso para levar o enunciatário a reconhecer “imagens do mundo” e, a partir daí, a acreditar na “verdade” do discurso. O enunciatário, por sua vez, crê ou não no discurso, graças, em grande parte, ao reconhecimento das figuras do mundo. O fazer-creer e o crer dependem de um contrato de veridicção que se estabelece entre enunciador e enunciatário e que regulamenta, entre outras coisas, o reconhecimento das figuras (BARROS, 2010, p. 72).

Nessa análise, buscamos explorar a plasticidade e as diferentes categorias do plano da expressão (Teixeira, 2008, p. 16): eidética, que diz respeito às formas, cromática, relacionada às cores, e topológica, que descreve a disposição, as posições das figuras na imagem (Floch, 1985, p. 10). Dentro dessa última categoria, poderíamos pensar que a pintura de Van Gogh, no que diz respeito ao espaço, está em uma posição de superioridade e a fotografia em uma posição de inferioridade.

Destacamos, ainda, que essas categorias do plano de expressão terão relação direta com categorias do plano de conteúdo, em uma relação semissimbólica

(Barros, 2009, p. 79). Portanto, nesse caso, as categorias topológicas vão se relacionar aos temas da fantasia e da realidade: a superioridade está para a fantasia assim como a inferioridade está para a temática da realidade. Da mesma forma, podemos estabelecer uma relação entre a figura do homem e a figura da cidade com as categorias topológicas de englobado e englobante, respectivamente.

3 Comparando os cartazes

A partir das análises depreendidas, pudemos constatar que os dois cartazes têm estratégias enunciativas bastante diferentes, tanto no plano da expressão quanto no plano do conteúdo. O cartaz #1 investe na figura do casal como principal, tratando a figura da cidade como secundária. Isso se reflete, no plano da expressão, pelo desfoque do fundo e o foco nas figuras centrais. A conjunção amorosa é uma temática apreendida pelas figuras e pelo seu posicionamento na página, como vimos, centrais em relação a todo o espaço do cartaz e voltadas uma para a outra. Já o cartaz #2 dá destaque para a figura do homem sozinho (englobado) e para a figura da cidade (englobante).

No que diz respeito à categoria eidética, vemos que, no cartaz #1, prevalece o curvilíneo das figuras humanas. No cartaz #2, temos um contraste entre o curvilíneo do homem e da arte do fundo superior (o céu de Van Gogh com suas espirais) e o retilíneo da cidade (as linhas verticais dos edifícios, as linhas horizontais e diagonais das ruas). Já as cores do primeiro cartaz são mais claras e harmonizadas, sem muitos contrastes. No cartaz #2 temos tons mais vibrantes, embora haja também uma harmonização entre as cores do homem e da cidade, o que traz um efeito de sentido de pertencimento daquele elemento ao conjunto.

Essa análise pode ser resumida na tabela 1.

	CARTAZ #1	CARTAZ #2
<i>Principais figuras de conteúdo</i>	Casal	homem, cidade
<i>Categoria eidética</i>	predominância do curvilíneo	curvilíneo: homem, arte retilíneo: cidade
<i>Categoria cromática</i>	cores claras, pouco contraste	cores mais vibrantes em relação ao primeiro cartaz
<i>Categoria topológica</i>	Figura principal (casal) no centro, grande.	Figuras principais do homem (englobado) pequeno e da cidade (englobante) superior: arte, fantasia inferior: fotografia, realidade

Tabela 1: Análise das categorias de expressão e conteúdo nos dois cartazes

4 Considerações Finais

Nossa análise teve como objetos dois cartazes do mesmo filme, que, portanto, teriam o mesmo objetivo de manipular um espectador que se encaixasse no perfil de enunciatário do filme a comparecer à sala de cinema para assisti-lo. No entanto, vimos que os cartazes abordaram estratégias bastante diferentes. O cartaz #1 construiu uma enunciação que pode ser facilmente relacionada à práxis dos cartazes de filmes do gênero drama romântico contemporâneo. Ao passo que o cartaz #2 remete, em sua construção, a temáticas mais próximas da fantasia e da arte e não apresenta nenhuma figura que concretize o tema da narrativa amorosa.

Dentro da proposta apresentada, acreditamos que o cartaz #2 apresenta um perfil de enunciatário mais próximo ao perfil de enunciatário do filme de Woody Allen, já que apresenta uma identidade maior com a proposta do filme, sua figuratividade e narrativa. Ele concretiza mais claramente a narrativa identitária e a relação entre cidade e indivíduo apresentada como dominante no filme. A narrativa de base de “Meia-Noite em Paris” é, sobretudo, identitária. A narrativa amorosa será apenas um programa de uso dessa narrativa principal e isso fica claro após a fruição da película. Acreditamos que a mescla entre pintura e fotografia introduz a temática da narrativa fantástica, outro tema apresentado pelo filme, uma vez que Gil é capaz de ter contato com figuras do passado.

O cartaz #1 destaca muito mais a narrativa amorosa, que é secundária no filme, e pretende atingir um perfil de enunciatário que se interessa por dramas românticos contemporâneos, que pode ou não ser o perfil de enunciatário buscado pelo filme. Essa conjunção nos parece menos garantida do que a pressuposta pela manipulação do primeiro cartaz.

Além disso, podemos pensar, no que diz respeito à intensidade, que a construção do cartaz #1 é mais implicativa, e, portanto, desacelerada, pois se insere em uma práxis enunciativa e apresenta uma reiteração de elementos já conhecidos dentro dessa prática do cinema hollywoodiano contemporâneo. Já o cartaz #2 promoveria uma aceleração maior, ao surpreender o enunciatário com a mescla entre pintura e fotografia, pouco comum em cartazes de cinema desse tipo. ●

Referências

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Ática, 2011.

FIORIN, José Luiz. *Práxis Enunciativa*. In: Pernambuco, J.; Figueiredo, M. F.; Salviato-Silva, A. C. (orgs.). *Nas trilhas do texto*. Franca, SP: EDUNIFRAN, 2010, col. “Mestrado em linguística”.

FLOCH, Jean-Marie. *Petites mythologies de l’oeil et de l’esprit*. Paris/Amsterdam: Hadès/Benjamins, 1985.

FONTANILLE, Jacques. *Significação e Visualidade: exercícios práticos*. Tradução de Elizabeth B. Duarte e Maria Lidia D. de Castro. Porto Alegre: Sulina, 2005.

TEIXEIRA, Lucia. Achados e perdidos: análise semiótica de cartazes de cinema. In: LARA, Glaucia Muniz Proença; MACHADO, Ida Lucia; EMEDIATO, Wander (orgs.). *Análises do discurso hoje*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008, p. 169-198.

ZILBERBERG, Claude. *Elementos de semiótica tensiva*. Trad. Ivã Carlos Lopes, Luiz Tatit e Waldir Beividas. São Paulo: Ateliê Editorial, 2011.

Dados para indexação em língua estrangeira

Coutinho, Mariana de Souza
Estudos Semióticos, vol. 14, n. 2 (2018)
ISSN 1980-4016;

Abstract: *This article examines two movie posters of Woody Allen's *Midnight in Paris* (2011). We consider the film's content and the practice that involves the movie posters to understand the different strategies used in the posters, which produce very different enunciations in both content and expression planes. Based on Fontanille's (2005) semiotic practice concept, we describe the one involving the movie posters. If, in this practice, the movie poster aims to achieve the same enunciate profile of the film that it presents, what plastic strategies will be used to construct this text in relation to the film? How are these strategies related to cinematographic genres and what are the reiterations on posters that refer to a certain genre? Do the *Midnight in Paris* posters use these strategies related to the genre in which it is framed? Our analysis is based on the tools of the French semiotics, especially the plastic semiotics, such as the chromatic, eidetic and topological categories (FLOCH, 1985), and the establishment of semi-symbolic relationships to answer these questions and check for poster-to-film identity and whether the enunciate profiles of both texts match.*

Keywords: *Movie posters; Plastic Semiotics; *Midnight in Paris**

Como citar este artigo

Coutinho, Mariana de Souza. Construção, estratégias e práticas: análise de dois cartazes de “Meia-noite em Paris”. *Estudos Semióticos*. [on-line] Disponível em: (www.revistas.usp.br/esse). Editores Responsáveis: Ivã Carlos Lopes e José Américo Bezerra Saraiva. Volume 14, Número 2, São Paulo, julho de 2018, p. 61-73. Acesso em “dia/mês/ano”.

Data de recebimento do artigo: 15/10/2017

Data de sua aprovação: 04/02/2018
